

Kekhidmatan Ibadat dan Media Luar Ruang

Oleh : Gatut Priyowidodo, Ph.D

"Kemajuan teknologi didasarkan bagaimana membuatnya cocok, sehingga anda tidak benar-benar menyadarinya, sehingga menjadi keseharian dalam hidup" (Bill Gates, CEO Microsoft).



dengan fasilitas media luar ruang tersebut.

Perlu Strategi Media

Namun yang patut disesalkan, bahwa keputusan memilih menggunakan media luar ruang tersebut, kerap mengabaikan prinsip dasar perencanaan strategi penggunaan media. Menurut Terence A. Shimp (2000), memutuskan media apa yang tepat dalam strategi perencanaan media adalah hal yang sulit. Selain menentukan kategori media mana yang digunakan, perencanaan media juga harus memilih sarana khusus dalam setiap media dan memutuskan bagaimana mengalokasikan anggaran yang ada di antara berbagai alternative media dan sarana.

Lebih jauh ia menjelaskan jika sekurangnya ada empat aspek yang saling berkaitan yang harus diperhatikan dalam strategi media. Aspek-aspek tersebut adalah memilih audien sasaran, menspesifikasikan tujuan media, memilih kategori media dan sarana serta membeli media.

Kegiatan memilih audien sasaran ini harus secara cermat diperhatikan. Meski pada awalnya, empat hal di atas diorientasikan untuk segmen komunikasi pemasaran, tentu tidak ada salahnya pada kesempatan ini diadopsi untuk kepentingan komunikasi gerejawi. Ketidacermatan membidik secara tepat sasaran tembak akan berujung pada kegagalan. Maka empat faktor ini harus diperhatikan yakni geografis, demografis, user produk dan gaya hidup/psikografis.

Tidak semua gereja tepat menggunakan media luar ruang. Beberapa gereja tertentu sangat konservatif dan beribadat adalah interaksi langsung dengan semua ritual yang terjadi di dalam ruang. Maka ketika ada keputusan penambahan fasilitas audio visual demi kenyamanan mereka

yang berada di luar ruang, mereka tidak segan-segan melakukan resistensi. Maka jangan berpikir bahwa kemudahan teknologi, serta merta melunakan kebiasaan lama yang tidak sejalan seiring dengan konteks kultural jemaat tertentu.

Aspek kedua menentukan tujuan media. Terkait dengan aspek ini antara lain jangkauan media, frekwensi, bobot, kontinuitas dan biaya. Perencana media yang baik harus secara cermat memberi jawaban yang tepat terkait jumlah audiens sasaran. Aspek jangkauan media menekankan apakah anggota jemaat maksimal dalam hal melihat, membaca dan mendengar apapun yang ditampilkan di media luar ruang tersebut. Aspek frekwensi menekankan seberapa sering mereka nyaman beribadat diluar ruang dengan fasilitas tambahan tersebut. Aspek bobot melihat apakah media yang sudah dipasang tersebut secara kualitatif sangat dirasakan manfaatnya oleh jemaat. Begitu juga keberlanjutannya (aspek kontinuitas), apakah bisa diandalkan terkait teknis dan maintenance serta bagaimana biayanya.

Aspek kategori media dan membeli media, pada intinya mendiskusikan karakter segmen sasaran atau jemaat. Tidak semua jemaat cukup setuju dengan pilihan media luar ruang. Bagi yang setuju, pilihan penambahan fasilitas seperti itu tidak masalah dan tidak perlu dipermasalahkan. Tapi bagi yang tidak setuju, bisa saja itu dinilai sebagai bentuk pemborosan dan tidak bijak dalam pengelolaan uang gereja, dan beberapa alasan tambahan lainnya.

Intinya keputusan apapun yang diambil oleh gereja guna menciptakan suasana peribadatan yang baik, dengan menghadirkan perangkat media luar ruang analog ataupun digital, suara arus bawah tetap jangan diabaikan.

Keunggulan dan Kelemahan

Bagi beberapa gereja yang sudah terlebih dulu memanfaatkan teknologi media luar ruang, pasti merasakan plus minusnya. Kelebihannya antara lain, praktis dan efisien bila menginformasikan sesuatu kepada jemaat sebagai penegasan. Sebab secara pointer jemaat mengarahkan perhatiannya ke media tersebut. Kedua, jemaat merasa nyaman karena pembacaan Alkitab dan Pujian dengan mudahnya dapat diakses secara visual.

Ketiga, *maintenance* jika masih menggunakan teknologi analog tentu masih mudah dilakukan. Keempat, untuk sementara bisa menyiasati pengadaan atau renovasi gedung gereja yang baru, karena bisa mengoptimalkan kondisi yang ada.

Kelemahan, pertama diperlukan tenaga terampil untuk mengoperasikan serta membuat info yang praktis, singkat tapi informative. Kedua, biaya pengadaan untuk sebagian gereja tertentu barangkali masih dianggap mahal. Terlebih jika medianya bersifat digital. Sehingga gereja harus berpikir ulang bila ingin memiliki fasilitas tersebut. Ketiga sangat lokalis dengan daya jangkau pancar yang terbatas. Dan tentu bisa ditambahkan dengan sederet kelemahan atau keterbatasan lainnya.

Gereja dan teknologi seiring sebangun dengan perkembangan peradaban. Tidak bisa pula kita menengok jauh ke belakang pada era nabi-nabi ataupun kisah para Rasul. Tempat ibadat mereka tidak hanya di rumah ibadah, kebanyakan mereka juga berkotbah di lapangan terbuka. Belum kebayang ada LCD, TV Plasma, Projector screen dan sebagainya, tapi kotbah-kotbah mereka sangat bernas dan berisi. Ribuan orang menyimak dan menjadi percaya. Jadi bukan aneka fasilitas itu pangkal soal iman mereka bertumbuh dan mengakar, tapi hati yang terbuka dan menyambut firman itu bekerja.

Jadi salakah gereja melengkapi fasilitas teknologi demi kenyamanan beribadat? Jawabnya, jelas tidak. Fasilitas hanyalah alat bantu agar peribadatan berjalan khidmat, lancar dan tertib. Syukur-syukur firman yang diberitakan semakin mudah dimengerti. Tetapi yang terpenting jangan sampai jemaat menjadi sangat tergantung dengan kehadiran teknologi tersebut. Kekuatiran ini yang harus dihilangkan. Ada atau tidak ada alat bantu tersebut, iman jemaat harus tetap bertumbuh dan berbuah. (*)

Gatut Priyowidodo, Ph.D
Ketua PKKP (Pusat Kajian
Komunikasi Petra) dan
Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra Surabaya

Ujara orang nomor satu di Microsoft tersebut memang benar adanya. Kekinian teknologi seolah bukan lagi pilihan tetapi tanpa disadari telah menjadi sebuah kebutuhan primer. Terjadi pergeseran fungsi yang disodok oleh gengsi. Instrumen teknologi telah menjadi simbol dinamis *achieved status*. Maka tidak mengherankan jika banyak orang kaya rela antri sekedar ingin mengganti *gadget* seri terkini yang *limited edition*. Persoalannya bukan di fungsi tetapi hasrat pemenuhan citra diri. Rekonstruksi diri menjadi lebih penting ketimbang realitas sesungguhnya. Lalu pertanyaannya apakah gereja sebagai sebuah institusi juga sudah terjebak dalam permainan simbolik yang mengatasmakan kemajuan teknologi?

Media Luar Ruang

Fenomena yang sekarang sedang merebak di banyak gereja adalah dihidarkannya media luar ruang, untuk memfasilitasi ritual ibadat di dalam gereja agar dapat diikuti oleh mereka yang ada di luar gedung utama. Media pancar yang sudah lazim digunakan adalah *Plasma Screen*, *LCD Monitor*, *LED Monitor*, dan *Projection Screen*. Sekali lagi pertanyaannya semua fasilitas ini ada karena kebutuhan beribadat ataukah mengikuti tren konsumsi beribadat melalui media luar ruang? Terlebih media luar ruang sekarang bukan saja kategori analog tetapi juga sudah digital. Bila hal ini tidak diantisipasi secara baik, bisa-bisa kejadian videotron iklan yang disusupi adegan intim di depan kantor walikota Jakarta Barat bisa terulang di teras gedung gereja.

Menurut Lars-Ingemar Lunstrom (Grant, & Meadows, 2010), seorang ahli dalam bidang media luar ruang digital mengatakan bahwa media luar ruang digital ini sangat berbeda dengan media yang lain. Karena media luar ruang digital ini

merupakan kombinasi dari beberapa teknologi, yaitu kombinasi dari jaringan internet dan sistem broadcast (sistem penghantaran pesan yang memungkinkan penyebaran pesan ke beberapa titik dalam waktu bersamaan) dalam mengolah data menjadi informasi. Dengan teknologi yang ada juga membuat media luar ruang digital ini mampu menyajikan pesan langsung bisa sampai ke penerima pesan dalam waktu yang sama yang dilakukan dengan sistem *streaming*, sistem *streaming* ini bisa menyajikan pesan langsung dari program televisi atau yang diambil dari server internet. Selain itu juga memungkinkan pesan yang disajikan bersifat dinamis, dengan teknologi digital memungkinkan untuk melakukan atau menambahkan kreatifitas dalam penyajiannya sehingga pesan yang disampaikan bisa menarik dan perubahan isi pesan bisa dilakukan dengan sesering mungkin dan secepat mungkin, tidak seperti teknologi sebelumnya.

Saya percaya bahwa apa yang didisplay di teras-teras gereja sebagian besar masih media luar ruang analog yang merupakan piranti pancar serangkaian ritual yang ada di dalam gedung. Sungguhpun demikian, tidak tertutup kemungkinan ada juga gereja yang telah mengupgrade dengan media luar ruang digital. Terlebih perhitungan secara ekonomi peningkatan level analog ke digital khususnya bagi gereja-gereja kaya bukan sesuatu yang dirisaukan dibandingkan dengan sejumlah manfaat praktis yang diperoleh. Terlepas media luar ruang apa yang dipilih, analog atau digital, pada saat sekarang kehadiran piranti audio-visual seperti itu seolah bukan sekedar tren tetapi kebutuhan.

Logika yang ditangkap bahwa pertumbuhan jemaat yang semakin-hari semakin bertambah meniscayakan kebutuhan tempat ibadah yang bisa menampung semaksimal mungkin jumlah jemaat yang dimiliki. Disisi lain, gereja diperhadapkan bahwa memperoleh lokasi baru yang lebih luas ataupun melakukan renovasi memerlukan biaya yang tidak murah. Maka jawaban praktis yang tersedia adalah melakukan modifikasi tempat beribadah di luar gedung utama

Kekhidmatan Ibadat dan Media Luar Ruang

Oleh : Gatut Priyowidodo, Ph.D

"Kemajuan teknologi didasarkan bagaimana membuatnya cocok, sehingga anda tidak benar-benar menyadarinya, sehingga menjadi keseharian dalam hidup" (Bill Gates, CEO Microsoft).

Ujaran orang nomor satu di Microsoft tersebut memang benar adanya. Kekinian teknologi seolah bukan lagi pilihan tetapi tanpa disadari telah menjadi sebuah kebutuhan primer. Terjadi pergeseran fungsi yang disodok oleh gengsi. Instrumen teknologi telah menjadi simbol dinamis *achieved status*. Maka tidak mengherankan jika banyak orang kaya rela antri sekedar ingin mengganti *gadget* seri terkini yang *limited edition*. Persoalannya bukan di fungsi tetapi hasrat pemenuhan citra diri. Rekonstruksi diri menjadi lebih penting ketimbang realitas sesungguhnya. Lalu pertanyaannya apakah gereja sebagai sebuah institusi juga sudah terjebak dalam permainan simbolik yang mengatasnamakan kemajuan teknologi?

Media Luar Ruang

Fenomena yang sekarang sedang merebak di banyak gereja adalah dihadirkannya media luar ruang, untuk memfasilitasi ritual ibadat di dalam gereja agar dapat diikuti oleh mereka yang ada di luar gedung utama. Media pancar yang sudah lazim digunakan adalah *Plasma Screen*, *LCD Monitor*, *LED Monitor*, dan *Projection Screen*. Sekali lagi pertanyaannya semua fasilitas ini ada karena kebutuhan beribadat ataukah mengikuti tren konsumsi beribadat melalui media luar ruang? Terlebih media luar ruang sekarang bukan saja kategori analog tetapi juga sudah digital. Bila hal ini tidak diantisipasi secara baik, bisa-bisa kejadian videotron iklan yang disusupi adegan intim di depan kantor walikota Jakarta Barat bisa terulang di teras gedung gereja.

Menurut Lars-Ingemar Lunström (Grant, & Meadows, 2010), seorang ahli dalam bidang media luar ruang digital mengatakan bahwa media luar ruang digital ini sangat berbeda dengan media yang lain. Karena media luar ruang digital ini

merupakan kombinasi dari beberapa teknologi, yaitu kombinasi dari jaringan internet dan sistem broadcast (sistem penghantaran pesan yang memungkinkan penyebaran pesan ke beberapa titik dalam waktu bersamaan) dalam mengolah data menjadi informasi. Dengan teknologi yang ada juga membuat media luar ruang digital ini mampu menyajikan pesan langsung bisa sampai ke penerima pesan dalam waktu yang sama yang dilakukan dengan sistem *streaming*, sistem *streaming* ini bisa menyajikan pesan langsung dari program televisi atau yang diambil dari server internet. Selain itu juga memungkinkan pesan yang disajikan bersifat dinamis, dengan teknologi digital memungkinkan untuk melakukan atau menambahkan kreatifitas dalam penyajiannya sehingga pesan yang disampaikan bisa menarik dan perubahan isi pesan bisa dilakukan dengan sesering mungkin dan secepat mungkin, tidak seperti teknologi sebelumnya.

Saya percaya bahwa apa yang didisplay di teras-teras gereja sebagian besar masih media luar ruang analog yang merupakan piranti pancar serangkaian ritual yang ada di dalam gedung. Sungguhpun demikian, tidak tertutup kemungkinan ada juga gereja yang telah mengupgrade dengan media luar ruang digital. Terlebih perhitungan secara ekonomi peningkatan level analog ke digital khususnya bagi gereja-gereja kaya bukan sesuatu yang dirisaukan dibandingkan dengan sejumlah manfaat praktis yang diperoleh. Terlepas media luar ruang apa yang dipilih; analog atau digital, pada saat sekarang kehadiran piranti audio-visual seperti itu seolah bukan sekedar tren tetapi kebutuhan.

Logika yang ditangkap bahwa pertumbuhan jemaat yang semakin-hari semakin bertambah meniscayakan kebutuhan tempat ibadah yang bisa menampung semaksimal mungkin jumlah jemaat yang dimiliki. Disisi lain, gereja diperhadapkan bahwa memperoleh lokasi baru yang lebih luas ataupun melakukan renovasi memerlukan biaya yang tidak murah. Maka jawaban praktis yang tersedia adalah melakukan modifikasi tempat beribadah di luar gedung utama



dengan fasilitas media luar ruang tersebut.

Perlu Strategi Media

Namun yang patut disesalkan, bahwa keputusan memilih menggunakan media luar ruang tersebut, kerap mengabaikan prinsip dasar perencanaan strategi penggunaan media. Menurut Terence A. Shimp (2000), memutuskan media apa yang tepat dalam strategi perencanaan media adalah hal yang sulit. Selain menentukan kategori media mana yang digunakan, perencanaan media juga harus memilih sarana khusus dalam setiap media dan memutuskan bagaimana mengalokasikan anggaran yang ada di antara berbagai alternative media dan sarana.

Lebih jauh ia menjelaskan jika sekurangnya ada empat aspek yang saling berkaitan yang harus diperhatikan dalam strategi media. Aspek-aspek tersebut adalah memilih audien sasaran, menspesifikasikan tujuan media, memilih kategori media dan sarana serta membeli media.

Kegiatan memilih audien sasaran ini harus secara cermat diperhatikan. Meski pada awalnya, empat hal di atas diorientasikan untuk segmen komunikasi pemasaran, tentu tidak ada salahnya pada kesempatan ini diadopsi untuk kepentingan komunikasi gerejawi. Ketidaccermatan membidik secara tepat sasaran tembak akan berujung pada kegagalan. Maka empat faktor ini harus diperhatikan yakni geografis, demografis, user produk dan gaya hidup/psikografis.

Tidak semua gereja tepat menggunakan media luar ruang. Beberapa gereja tertentu sangat konservatif dan beribadat adalah interaksi langsung dengan semua ritual yang terjadi di dalam ruang. Maka ketika ada keputusan penambahan fasilitas audio visual demi kenyamanan mereka

yang berada di luar ruang, mereka tidak segan-segan melakukan resistensi. Maka jangan berpikir bahwa kemudahan teknologi, serta merta melunakan kebiasaan lama yang tidak sejalan seiring dengan konteks kultural jemaat tertentu.

Aspek kedua menentukan tujuan media. Terkait dengan aspek ini antara lain jangkauan media, frekwensi, bobot, kontinuitas dan biaya. Perencanaan media yang baik harus secara cermat memberi jawaban yang tepat terkait jumlah audiens sasaran. Aspek jangkauan media menekankan apakah anggota jemaat maksimal dalam hal melihat, membaca dan mendengar apapun yang ditampilkan di media luar ruang tersebut. Aspek frekwensi menekankan seberapa sering mereka nyaman beribadat diluar ruang dengan fasilitas tambahan tersebut. Aspek bobot melihat apakah media yang sudah dipasang tersebut secara kualitatif sangat dirasakan manfaatnya oleh jemaat. Begitu juga keberlanjutannya (aspek kontinuitas), apakah bisa diandalkan terkait teknis dan maintenance serta bagaimana biayanya.

Aspek kategori media dan membeli media, pada intinya mendiskusikan karakter segmen sasaran atau jemaat. Tidak semua jemaat cukup setuju dengan pilihan media luar ruang. Bagi yang setuju, pilihan penambahan fasilitas seperti itu tidak masalah dan tidak perlu dipermasalahkan. Tapi bagi yang tidak setuju, bisa saja itu dinilai sebagai bentuk pemborosan dan tidak bijak dalam pengelolaan uang gereja, dan beberapa alasan tambahan lainnya.

Intinya keputusan apapun yang diambil oleh gereja guna menciptakan suasana peribadatan yang baik, dengan menghadirkan perangkat media luar ruang analog ataupun digital, suara arus bawah tetap jangan diabaikan.

Keunggulan dan Kelemahan

Bagi beberapa gereja yang sudah terlebih dulu memanfaatkan teknologi media luar ruang, pasti merasakan plus minusnya. Kelebihannya antara lain, praktis dan efisien bila menginformasikan sesuatu kepada jemaat sebagai penegasan. Sebab secara pointer jemaat mengarahkan perhatiannya ke media tersebut. Kedua, jemaat merasa nyaman karena pembacaan Alkitab dan Pujian dengan mudahnya dapat diakses secara visual.

Ketiga, *maintenance* jika masih menggunakan teknologi analog tentu masih mudah dilakukan. Keempat, untuk sementara bisa menyiasati pengadaan atau renovasi gedung gereja yang baru, karena bisa mengoptimalkan kondisi yang ada.

Kelemahan, pertama diperlukan tenaga terampil untuk mengoperasikan serta membuat info yang praktis, singkat tapi informatif. Kedua, biaya pengadaan untuk sebagian gereja tertentu barangkali masih dianggap mahal. Terlebih jika medianya bersifat digital. Sehingga gereja harus berpikir ulang bila ingin memiliki fasilitas tersebut. Ketiga sangat lokalis dengan daya jangkau pancar yang terbatas. Dan tentu bisa ditambahkan dengan sederet kelemahan atau keterbatasan lainnya.

Gereja dan teknologi seiring dibangun dengan perkembangan peradaban. Tidak bisa pula kita menengok jauh ke belakang pada era nabi-nabi ataupun kisah para Rasul. Tempat ibadat mereka tidak hanya di rumah ibadah, kebanyakan mereka juga berkotbah di lapangan terbuka. Belum kebanyakan ada LCD, TV Plasma, Projector screen dan sebagainya, tapi kotbah-kotbah mereka sangat bernas dan berisi. Ribuan orang menyimak dan menjadi percaya. Jadi bukan aneka fasilitas itu pangkal soal iman mereka bertumbuh dan mengakar, tapi hati yang terbuka dan menyambut firman itu bekerja.

Jadi salahkan gereja melengkapi fasilitas teknologi demi kenyamanan beribadat? Jawabnya, jelas tidak. Fasilitas hanyalah alat bantu agar peribadatan berjalan khidmat, lancar dan tertib. Syukur syukur firman yang diberitakan semakin mudah dimengerti. Tetapi yang terpenting jangan sampai jemaat menjadi sangat tergantung dengan kehadiran teknologi tersebut. Kekuatirannya ini yang harus dihilangkan. Ada atau tidak ada alat bantu tersebut, iman jemaat harus tetap bertumbuh dan berbuah. (*)

Gatut Priyowidodo, Ph.D.
Ketua PKKP (Pusat Kajian Komunikasi Petra)
Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra Surabaya